用户时间碎片化背景下的新闻类短视频制播策略

中图分类号：G210　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-050-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.01.005

■文 / 王佳航　张婧琪



王佳航

用户时间日益碎片化的趋势正在迫使传媒业重新思考内容生产与传播的策略。2016 年，内容生产与开发者的产品设计无不对应用户时间碎片化这一趋势，并且不得不为适应用户使用场景重新调整内容生产策略。

由于智能手机大面积普及、网络覆盖率提高、移动社交热潮的冲击与用户时间碎片化的趋势等原因，短视频被视为新的投资风口，各类平台重金支持下，新闻类短视频也大举进场。但是，短视频制播显然并非长视频剪短那么简单，用户时间碎片化背景下如何生产新闻类短视频？综合考察研究国内外短视频生产者的实践，笔者以为以下三个方面应是新闻类短视频的制播对策。

1. 更短：用户时间持续碎片化的对抗

短视频要多短才合适？不同的实践者给出了不同的答案。

笔者对获得 5 亿元投资的短视频创业项目梨视频头条号上推送的视频做了统计分析，结果发现梨视频头条号 2016 年 11 月期间共推送短视频 22 条，平均时长为 167.5 秒（2 分钟 47.5 秒），最长 741 秒（12 分钟 21 秒），最短 45 秒。在该头条号播放量排在前 10 名的短视频中（如表 1），平均时长为 124.8 秒（2 分 4.8 秒）。

在欧美国家的短视频实践中，短视频呈现出与梨视频播放量前 10 名相同甚至更短的趋势。“皮尤研究中心早在 2012 年就开始研究 YouTube 上的视频观看数据，并得出结论：最受欢迎的视频长度在 2.1 分钟左右。”路透研究院的一份报告显示“成功的离线视频新闻的一大特点是短，时长大多在 1 分钟以内”。英国广播公司 BBC2014 年在 Instagram 上推出短视频新闻服务“Instafax”，方便用户在短时间内获取资讯，这款应用尝试通过 15 秒时长的短视频，将重要的新闻摘要提供给用户。而 BBC 的编辑记者也“被告知制作的视频长度一般应该控制在 1-1.5 分钟左右。除非故事本身和拍摄非常出众，一般情况下不得超出此长度。”美国主要社交平台及新闻视频平台的短视频设置都不超过 1 分钟，例如 VINE 短视频设置只有 6 秒，在 snapchat 短视频 10 秒。 综合国内外较受欢迎的短视频播放情况来看，未来短视频应该做得更短。从现状来看，目前国内短视频仍不够“短”。

表 1　梨视频头条号 2016 年 11 月播放量前十名视频一览

标题	播放量排序	播放量	日期	题材分布	时长（秒）	评论数
小马云父亲公开发声：我非爱钱之人	1	720000	11 月 17 日	社会	70	1726
女孩靠直播供养病母：网络里没人瞧不起我	2	710000	11 月 17 日	社会	172	2029
八达岭老虎袭人事件伤者父亲：出事时园方营救不力，报警称是车祸	3	440000	11 月 17 日	社会	136	8416
直击江西电厂坍塌：现场切割火花四溅，多具遗体被抬出	4	320000	11 月 24 日	社会	78	310
小伙骑车逆行还辱骂协管，被七旬老爷子当街摺倒	5	260000	11 月 18 日	社会	105	1864
老汉遭遗弃惨死街头，亲属回应：他曾遗弃病母	6	250000	11 月 7 日	社会	180	1866
男子逆行被查，气急败坏当众打老婆	7	130000	11 月 19 日	社会	72	901
丰城电厂冷却塔坍塌，武警官兵用手挖	8	120000	11 月 24 日	社会	103	36
女大学生毕业后嫌家贫，恶语相向咒骂父母	9	110000	11 月 22 日	社会	80	1557
童工家乡：初一有 500 学生，初三只剩 300	10	74000	11 月 22 日	社会	252	204

（根据梨视频头条号数据整理）

新闻类短视频要做得更短的原因有三个。首先，新闻类短视频是在用户更为碎片化的时间里非主观有意去收看的场景里供用户消费的。如果说养花、魔术……这类短视频有个性化人群专门收看，长短到适合移动端收看就可以。那么，新闻类短视频因为信息获取的无意性、随时性特征，还需要更短。其次，用户时间呈现出越来碎片化的趋势。“截至 2016 年 6 月，中国手机网民规模达 6.56 亿，较 2015 年底增加 3656 万人。网民中使用手机上网人群占比由 2015 年底的

90.1% 提升至 92.5%。”用户除了忙碌时间都称为碎片时间，现代人的生活已经被手机碎片化：挤地铁、飞机晚点、等待用餐……这类碎片时间整理结合起来，大约占有一天内的三分之一。新闻类短视频的生产传播要适应用户在零碎时间里的视频消费场景，“短”是短视频制播的首要策略。再次，新闻类短视频的分发需要考虑到社交分享的便利性。用户往往并不愿意去分享一个完整的视频短片，而是更愿意分享某个有冲击力的视频新闻场景。

2. 本地化：重视 UGC 视频内容的二次开发

短视频能否成为用户获取信息、分享交流的主流内容产品的关键因素是短视频 UGC(用户生产内容）内容的数量和质量能否快速提升。一定意义上说，目前短视频仍停留在 PGC（专业生产内容）快速进入的时期，PGC 可能带来更多的优质视频内容，但是新闻类短视频的爆发性增长需要靠媒体与 UGC 的结合。

新闻类短视频的想象空间在于线上新闻生产和用户消费模型的变迁。当前，新闻生产、传播、消费的模式已经重置。产业链条延长，内容生产者与内容分发平台加速分离。微博、微信、今日头条客户端等内容分发平台成为用户获取新闻类视频的主要渠道。内容生产者多元化，专业电视机构、门户网站、视频制作公司、小型工作室、独立记者和普通用户都已经加入短视频生产阵营。今日头条视频运营总监刘通认为，“新闻事件的传播模式也已经发生变化。一个新闻事件发生，在实时报道环境下，媒体报道路径是这样演化的：首先移动直播，而后短视频传播，接着是图文发布，最后再制作成深度报道”。这一新的模型在突发事件报道中尤为明显。新的新闻传播模型的颠覆性意义是媒体融合进程中的内容融合在用户消费终端真正实现，在这一新闻消费模型里，用户已经不再区分视频、图文等文本的原有介质属性，也不再区分内容生产者来自哪类纸媒、电视台等原有传统媒体渠道。

从上述模型出发，媒体集团新闻类短视频的未来策略应更重视突发事件、本地化新闻。路透研究院的报告显示，当有重大突发事件发生时，网络新闻视频浏览量会大幅攀升，“巴黎恐袭发生后，BBC 在自己的官方网站上共发布了 175 条视频，此外，还在 Facebook 发布了 41 条相关视频，在 Twitter 和 Youtube 分别发布了 22 条和 31 条视频。在事件发生后的 24 小时，相关视频的浏览量达到顶峰。在这些视频中，一位受害者家属给 ISIS 杀手们的视频经过 BBC 剪辑成 90 秒，放到 Facebook 之后，获得 7200 万浏览量，400 万用户点赞，150 万分享以及 30 万评论。”从表 1 梨视频播放量前 10 名的视频来看，关于突发事件、新闻当事人的视频也倍受青睐。

如何提升媒体集团在突发事件、本地化新闻发生时的短视频报道能力？挖掘现场视频素材、加强 UGC 内容的开发与二次利用是必由之路。海量生产之后，视频生产团队的现场素材会大量短缺，即便是对于有采编权的实力雄厚的媒体集团也并不可能总是拍摄到新闻的第一现场，开发和利用 UGC 的内容就变得非常重要。路透的研究报告还显示，“最受用户喜爱的 140 条带有音频的视频新闻中，仅有 13% 是由专业记者进行报道和描述的；有 51% 的视频主要是新闻人物的同期声；还有 36% 的视频仅配有音乐、自然声或者什么声音都没有。”这意味着短视频应更重视来自于现场的视频，而到达第一现场更快捷的办法是聚合用户生产的视频。目前，国内短视频对用户生产视频的开发还是相当不充分的。梨视频已有遍及国内各区域及国外 520 个城市的 3100 名拍客，并且建立了合作关系，安排有专业人员对拍客们的拍摄角度和技能进行培训指导，在拍客们上传素材资料后，还会有专业团队进行后期加工混剪。但是，笔者对梨视频的 UGC 上传内容频道“拍客”做了统计分析，结果发现，拍客每天有用户上传视频大约 30 条，但是题材较为单一，在 2016 年 11 月 25–31 日一周时间里，梨视频头条号推送的视频中没有一条来自拍客，也没有对拍客内容进行再加工的内容。

3. 题材多元化：走向主流应用的标志

新闻类短视频的制作播出应更重视题材的多元化。

从新闻类短视频的现有状况来看，题材并不丰富。短视频虽然被视为内容产业的下一个风口，但是多数内容创业者聚焦在资讯领域、垂直领域。笔者统计了 2016 年 10 月 24 日至 2016 年 11 月 27 日这五周今日头条视频影响力“老牌榜”榜单的前五名，连续 3 周以上在前 5 名的有头条号 Maxonor 创意公元、魔术师林剑伟、每日点兵（军事题材），新闻类短视频并无头条号入围。2016 年 11 月梨视频头条号的 22 条新闻视频中，社会类题材 18 条，占 81.8%；国际题材 2 条，占 9.1%；明星娱乐题材 2 条，占 9.1%，题材也非常同质化。

短视频被寄予厚望是因为业界学界预测短视频将带来视频生产中的两个重大变局：一是，视频生产将从 PGC 时代走向 UGC 时代，视频分享将是普通网民社交的主流应用；二是视频生产将彻底改变语态，从前传统电视台的话语方式在移动端视频中将被改变。但是从现在短视频发展状况来看，新闻类短视频还没进入生产创新的巅峰时期，除了各种制作技巧的探索意外，报道题材应再多元化，逐步进入全用户时代。媒

参考文献

[1] 腾讯全媒派 . 短视频，究竟“多短”才最合适？ .http：//news.qq.com/original/quanmeipai/daunshipin.html.

[2] 陈怡 . 看路透研究院 2016 数字新闻分报告 解读网络视频新闻的现状与未来 [J]. 中国记者，2016（10）.

[3] 腾讯全媒派 .BBC 要放下架子向 Buzzfeed 学习！ .http：//news.qq.com/original/quanmeipai/bbcbuzzfeed.html.

[4] 中国互联网信息中心（CNNIC）. 第 38 次中国互联网络发展状况统计报告 .http：//www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/.

[5] 来自刘通 11 月 28 日在中国政法大学新闻传播学院研究生课堂的讲座 .

[6] 陈怡 . 看路透研究院 2016 数字新闻分报告 解读网络视频新闻的现状与未来 [J]. 中国记者，2016（10）.

（**作者简介**：王佳航，中国政法大学新闻传播学院副教授；张婧琪，中国政法大学新闻传播学院硕士研究生）